



Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Universidad del Perú. Decana de América

Dirección General de Estudios de Posgrado

Facultad de Ciencias Administrativas

Unidad de Posgrado

**Influencia de los canales de distribución en las ventas
de las empresas de pisco, 2016**

TESIS

Para optar el Grado Académico de Magíster en Administración
con mención en Mercadotecnia

AUTOR

Cynthia Verina NÚÑEZ ROSALES

ASESOR

Jorge Vicente MAYURI BARRÓN

Lima, Perú

2018



Reconocimiento - No Comercial - Compartir Igual - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Usted puede distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir del documento original de modo no comercial, siempre y cuando se dé crédito al autor del documento y se licencien las nuevas creaciones bajo las mismas condiciones. No se permite aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros a hacer cualquier cosa que permita esta licencia.

Referencia bibliográfica

Núñez, C. (2018). *Influencia de los canales de distribución en las ventas de las empresas de pisco, 2016*. [Tesis de maestría, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Ciencias Administrativas, Unidad de Posgrado]. Repositorio institucional Cybertesis UNMSM.



**ACTA DE SUSTENTACIÓN N° 0023-UPG-FCA-2018 PARA
OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAGISTER EN CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS**



23. P.

En la Ciudad Universitaria, a los cuatro días del mes de mayo del año dos mil dieciocho, siendo las once horas, en el aula 401 de la sede de la Unidad de Posgrado de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos; ante el Jurado Examinador, **Presidido** por el **MG. ROBERT ALFONSO MIRANDA CASTILLO**, e integrado por los miembros: **DR. JORGE VICENTE MAYURI BARRÓN (Asesor)**, **DR. PEDRO GUSTAVO FLORES PEÑA (Miembro)**, **DR. ALEJANDRO SOTELO MOREY (Miembro)** y el **DR. EDGAR VICENTE ARMAS (Miembro)**; la postulante al grado de **MAGISTER** en **ADMINISTRACIÓN** con mención en **MERCADOTECNIA**, doña **CYNTHIA VERINA NÚÑEZ ROSALES**, procedió a hacer la exposición y defensa pública de su Tesis titulada: **"INFLUENCIA DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN EN LAS VENTAS DE LAS EMPRESAS DE PISCO, 2016"**, con el propósito de optar el grado de **MAGISTER** en **ADMINISTRACIÓN** con mención en **MERCADOTECNIA**.

Concluida la exposición y absueltas las preguntas, de acuerdo con lo establecido en el **Artículo 61°** del Reglamento para el Otorgamiento del grado de **MAGISTER** en **ADMINISTRACIÓN** con mención en **MERCADOTECNIA**, los miembros del Jurado Examinador, procedieron a asignar la calificación siguiente:

Muy Bueno (18)

Acto seguido, el Presidente del Jurado recomienda a la Facultad de Ciencias Administrativas OTORGAR el grado de **MAGISTER** en **ADMINISTRACIÓN** con mención en **MERCADOTECNIA**, a doña **CYNTHIA VERINA NÚÑEZ ROSALES**. Se extiende la presente Acta en cinco originales y siendo las 12:55 horas se da por concluido el Acto Académico de sustentación, firmando sus miembros en señal de conformidad.

[Firma]

**MG. ROBERT ALFONSO MIRANDA CASTILLO
PRESIDENTE**

[Firma]

**DR. JORGE VICENTE MAYURI BARRÓN
ASESOR**

[Firma]

**DR. PEDRO GUSTAVO FLORES PEÑA
MIEMBRO**

[Firma]

**DR. ALEJANDRO-SOTELO MOREY
MIEMBRO**

[Firma]

**DR. EDGAR VICENTE ARMAS
MIEMBRO**

RESUMEN

A continuación, en esta investigación denominada “Influencia de los Canales de Distribución en las Ventas de las Empresas de Pisco, 2016”, se buscó determinar ¿De qué manera los canales de distribución influyen en las ventas del Pisco?. ¿De qué manera el canal 0,1 y 2 influyen en las ventas de los diferentes tipos de Pisco Puro, Acholado y Mosto Verde?. Es así que se elaboró tres cuestionarios que se aplicaron a los principales fabricantes, mayoristas y consumidores finales de Pisco.

En la investigación, se comprobó que los canales de distribución sí influyen en las ventas, que ellos impulsan diversos tipos de Pisco dependiendo de los segmentos al que se dirigen, y que a través de la vitivinícola realizan estrategias para impulsar las ventas fomentando su consume en los consumidores finales a través de diversos sectores de negocio como: restauración (gastronomía), hotelería, turismo y otros, es así que pueden impulsar la comercialización del Pisco y elevar sus ventas.

ABSTRACT

This research entitled "Influence of Distribution Channels on the Sales Performance of Pisco Companies in 2016", seeks to determine how distribution channels influence on the sales performance of Pisco. How channels 0, 1 and 2 have an influence on the sales performance of the different types of Pisco Puro (Pure), Acholado (a blend) and Mosto Verde (Green Must)? Three questionnaires designed for this study, were administered to the following group settings: Pisco main producers, wholesalers, and final consumers.

Results of this study will reveal that distribution channels influence on sales performance; they encourage the growth of different types of Pisco depending on the segments to which they focused; and through winemaking companies, they carry out strategies to boost sales by encouraging final buyers' consumption through several business sectors such as: catering (gastronomy), lodging, tourism, among others. Thus, distribution channels can boost the marketing of Pisco and increase sales.